

## **Influencia de factores internos y externos en el proceso de construcción de la agenda en medios provinciales y municipales de Santiago de Cuba**

*Influence of internal and extraneous factors in the process of construction of the agenda in provincial and municipal media in Santiago de Cuba*

**Lic. Viviana Muñiz-Zúñiga**

*vivita@uo.edu.cu*

**Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba**

**Dr.C. Rafael Ángel Fonseca-Valido**

*fonseca@uo.edu.cu*

**Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba**

### **Resumen**

Esta investigación aborda desde un diseño mixto, los factores internos y externos que inciden en el proceso de construcción de la agenda de los medios con alcance provincial y municipal en Santiago de Cuba. Para ello se utilizan métodos como el de análisis-síntesis y el inductivo-deductivo, que posibilitaron descomponer el fenómeno en sus partes para explicarlo de forma integrada, así como generalizar a otros escenarios los resultados encontrados. De igual forma, se emplearon técnicas como el análisis de contenido, la observación participante, la entrevista, la encuesta y el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados apuntan hacia una permanencia temporal y/o espacial de algunas mediaciones, la transferencia generacional de las mismas, y la homogeneidad de criterios en varios órganos de prensa estudiados.

**Palabras clave:** construcción de la agenda, agenda mediática, influencias sobre el contenido de los medios.

### **Abstract**

This research approaches from a combined design, the internal and extraneous factors that impact in the method of construction of the media agenda with provincial and municipal extent in Santiago de Cuba. For it, methods like that of Analysis-synthesis and the Inductive-deductive is used that facilitated to decompose the phenomenon in their parts to explain to it in an integrated way, as well as to generalize to other scenarios the opposing results. Of equal it forms, they were used technical as the content analysis, the participant observation, the interview, the survey and the correlation coefficient of Spearman. The results point toward a temporary and/or space permanency of some mediation, the transfer generational of the same ones, and the homogeneity of approaches in studied several press organs.

**Keywords:** construction of the media agenda, media agenda, influences on mass media content.

### **Introducción**

¿Cómo los medios de comunicación definen qué puede ser noticia y qué no lo es? ¿Hasta qué punto esas prioridades son definidas por periodistas, fuentes e instituciones? Hace casi 45 años se publicó el primer estudio sobre la teoría de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972), que exponía cómo los medios influían en la imagen de los candidatos en las elecciones presidenciales de la localidad de Chapel Hill.

Desde su surgimiento la teoría ha transitado por diferentes etapas, marcadas por la constante renovación de algunos de sus postulados y de las metodologías para estudiarla (Vargas, 2014; Goelzhauser y Vouvalis, 2015; Berganza, Arcila y Pascual, 2016). Aunque existan criterios divergentes y nuevos contextos sociales, sigue siendo el modelo por el cual apuestan muchos teóricos de la comunicación (Vara, 2001; Casermeiro, 2004; McCombs, 2006) para explicar la relación que se establece entre los medios, políticos y públicos en escenarios comunicativos diversos.

Sin embargo, las particularidades de cada sistema social provoca que los estudios sobre agenda en el mundo sean heterogéneos metodológicamente, y por ende, en Cuba se han ido sentando pautas (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz y Fonseca, 2015) para la realización de este tipo de investigaciones, sin que por ello se desliguen de sus homólogas internacionales.

Tal es el caso del proceso de construcción de la agenda mediática, que si bien ha tenido antecedentes de pregrado en Cuba (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Quiala, 2015), aún no ha sistematizado los factores que inciden en este complejo fenómeno. Es por ello que podemos encontrar determinados elementos influyentes que luego no se abordan con la profundidad requerida en los que le siguen temporal y/o espacialmente, como el uso de los valores noticia y las fuentes de información en los medios, la posibilidad de proponer temas para conformar la agenda mediática, y la relación que se establece entre los periodistas y el público.

Esta particularidad nos ha llevado a realizar una investigación que agrupe niveles internos y externos de mediaciones sobre el proceso de construcción de la agenda

mediática, dando seguimiento al estudio realizado por Muñiz y Fonseca (2015) en Santiago de Cuba. Para ello expandiremos la muestra a todos los medios municipales y provinciales, excluyendo a aquellos cuyos perfiles editoriales están enfocados hacia el ámbito nacional (como la Agencia Cubana de Noticias).

Uno de los principales aportes del trabajo que aborda los niveles de mediación por sistemas de medios –periódico, radio y televisión-, lo que permite generalizar en cierta medida los resultados que se han obtenido en los medios provinciales por separado o en su conjunto (Muñiz y Fonseca, 2015). Asimismo, se emplearon diferentes técnicas empíricas para evaluar estos factores, algo que posibilita obtener datos más completos y poder establecer su triangulación. Sin embargo, consideramos que la construcción de la agenda mediática no puede ser develada en toda su complejidad totalmente, por lo que no excluimos la posibilidad de que estos procesos estén influenciados por algunos factores no descritos en este estudio.

En tal sentido se plantea como problema de investigación ¿Cómo influyen los factores internos y externos en el proceso de construcción de la agenda en los órganos de prensa de alcance provincial y municipal de Santiago de Cuba? Para dar respuesta a esta interrogante establecemos como objetivo general explicar la influencia de factores internos y externos en el proceso de construcción de la agenda en los órganos de prensa de alcance provincial y municipal de Santiago de Cuba.

Por ello nos trazamos como objetivos específicos determinar los factores que intervienen en el proceso de construcción de la agenda desde la teoría de la Agenda Setting; caracterizar la influencia de los factores individuales, de procedimientos de los medios y organizacionales que median en dicho proceso; y determinar la incidencia de elementos externos al medio y de naturaleza ideológica que intervienen en la conformación de la agenda de los medios estudiados.

### **Fundamentación teórica**

#### ***De la sociología de la producción de noticias a la Agenda Setting***

El proceso de construcción de la agenda mediática constituye la cuarta fase en los estudios sobre Agenda Setting a nivel mundial. En esta etapa los investigadores (McCombs y Shaw, 1993) se concentraban en los factores que incidían en la

conformación de las prioridades temáticas de los medios a partir de niveles internos y externos a la producción mediática.

Para enriquecer esta perspectiva, los teóricos Maxwell McCombs y Donald Shaw (1993) incorporan algunas concepciones de la Sociología de la producción de noticias (Shoemaker y Reese, 2016) a su enfoque de trabajo, aunque no le da un lugar en sí a este nuevo tipo de estudios, sino que los toma –según la investigadora Cecilia Cervantes (2001)- para proponer una renovación en las investigaciones sobre Agenda Setting. Según Orozco y Gómez (2010) esta perspectiva se ha movido en cuatro ejes investigativos: las rutinas productivas, los procesos de recolección de la información, los procesos de selección y edición de noticias, y algo muy importante en el debate actual sobre el tema: la relación fuente- periodistas.

En este sentido, el Modelo de Jerarquía de Influencias sobre el contenido de los medios (Shoemaker y Reese, 2016) es una de las vías más acertadas –no la única (Puente, Edwards y Delpiano, 2014)- para estudiar las mediaciones en el proceso de construcción de la agenda, pues explica diversos factores que inciden en él.

De hecho, también se han realizado acercamientos desde otras teorías como el Newsmaking, apuntando factores que afectan la producción periodística, como la precariedad e inseguridad laborales, la influencia de los índices de audiencia, el predominio de los intereses económicos y políticos sobre los intereses periodísticos, la falta de ética profesional, la falta de respeto a la autonomía de los profesionales, entre otros (Esteban, 2014).

En América Latina se han desarrollado estudios comparativos (Mellado, Moreira, Lagos y Hernández, 2012; Cervantes, 2015) que relacionan elementos relacionados con las estructuras institucionales y políticas en el trabajo mediático.

### **Mediaciones en la construcción de la agenda**

Para comprender cómo operan las mediaciones o influencias sobre el contenido mediático en la construcción de la agenda, primeramente es preciso establecer algunas categorías importantes relacionadas con la construcción de la noticia. El trabajo periodístico atraviesa por varias etapas antes de su publicación definitiva, y aún después de que esto ocurre siguen produciéndose fenómenos que inciden desde el punto de vista

externo. Algunos autores (Gans, 1979) precisan que existen tres fases fundamentales: una primera de gestión o recogida del material; una segunda de selección y producción del trabajo; y una tercera de socialización o reinserción del hecho. Básicamente, el periodista extrae el hecho noticioso de su contexto, lo modifica, lo disecciona y extrae lo que es de utilidad para su medio y sus intereses, lo traduce a un lenguaje comprensible y luego lo devuelve re-contextualizado, enriquecido con otros elementos, entre los que se incluye su propia percepción del acontecimiento. Por tanto, las influencias sobre el contenido de los medios (Shoemaker y Reese, 2016) constituyen una forma teórico-metodológica de estudiar diferentes niveles que hacen que ese proceso ocurra con determinadas características. Esos niveles son:

- **Nivel individual:** se refiere a la experiencia de los individuos que se desempeñan en el medio y tienen en cuenta los factores intrínsecos de cada trabajador. Se tienen en cuenta factores demográficos como las afiliaciones políticas y religiosas, el tiempo de trabajo y las diferencias generacionales; y otros elementos como las prioridades temáticas de los periodistas y los niveles de satisfacción de estos con el trabajo que realizan (Shoemaker y Reese, 2016).
- **Procedimientos de los medios:** explora la relación entre las dinámicas que caracterizan el proceso de producción de noticias al interior del medio y el contenido que llega a las audiencias. Se destacan las rutinas de los redactores, la ética periodística, y el comportamiento del profesional respecto a su colectivo y a la sociedad que le rodea.
- **Nivel organizacional:** se refiere al nivel de complejidad del medio como empresa. Además se hace alusión a la procedencia de los individuos que en él se desempeñan y las características de sus directivos (Shoemaker y Reese, 2016).
- **Instituciones sociales:** contiene la influencia del contexto social en el que se desenvuelve un medio, la zona geográfica a la que brinda cobertura, y las relaciones con los informadores y con otras instituciones que convierten al medio en una extensión de él mismo (Shoemaker y Reese, 2016); aspectos todos que determinan el accionar de la organización informativa. Aquí se incluyen,

además, las fuentes de ingreso (como los anunciantes y las audiencias), otras instituciones sociales (como empresas o gobierno), y el público.

- **Sistema social:** Esta mediación guarda estrecha relación con la anterior, y representa un macro-nivel en el modelo. Difiere de los anteriores porque los procesos que tienen lugar en este dependen de un patrón ideológicamente relacionado con el mensaje, y están a favor de los centros de poder en la sociedad (Shoemaker y Reese, 2016).

### **Metodología**

En el presente estudio se plantea un diseño mixto de investigación, dado por la confluencia entre abordajes cuantitativos y cualitativos. Por ello se han utilizado métodos como el de análisis-síntesis, que permitió descomponer a los factores o mediaciones en unidades inter-dependientes entre sí, para lograr una comprensión individualizada de cada una. Luego se procedió a unificarlas, pues su influencia no se produce de forma aislada. Además, se utilizó el método inductivo-deductivo, que permitió establecer generalidades tomando como base elementos particulares encontrados en cada medio de comunicación.

Se emplearon técnicas de investigación como el análisis de contenido a los medios de comunicación provinciales de Santiago de Cuba, realizado durante los meses de septiembre a diciembre de 2014; el coeficiente de correlación por rangos de Spearman, empleado para relacionar las agendas evaluadas; y la observación participante, que se realizó a las rutinas y procesos que se llevan a cabo en los medios de comunicación, como vía para triangular los datos obtenidos de otras técnicas. Asimismo se realizó una entrevista semi-estandarizada a 38 periodistas de la provincia que laboran en las emisoras radiales, el periódico Sierra Maestra, y el Telecentro Tele Turquino y sus corresponsalías; y se aplicó una encuesta para la cual se seleccionó una muestra probabilística aleatoria simple con un nivel de confianza del 90% y un margen de error aceptable del 5%, conformada por 62 periodistas que laboran en los medios de la provincia.

### **Resultados y discusión**

#### *Nivel individual*

En sentido general observamos dos elementos importantes en la visión que los periodistas tienen de la profesión que se ejerce en Cuba, y particularmente en la provincia: la atribución de una función educativa, orientadora social, informativa, valorativa de la realidad; y la existencia de otra tendencia más resolutiva, de que la prensa tiene que intervenir activamente en los problemas más allá de denunciarlos. Eso ha conllevado a un sobredimensionamiento del papel de la prensa tanto en periodistas como en el público, como se demostró en las entrevistas realizadas. Otros ven muy ligado el papel de la prensa al Partido Comunista de Cuba.

Otro elemento significativo en los resultados fue el de la motivación hacia la profesión, pues la realización de un trabajo con calidad estriba en cierta medida en cuán identificado está el periodista con lo que hace. Ya vimos que en sentido general el compromiso social existe, porque el periodismo es concebido desde una función informativa, resolutiva, sin que esté desligado de la orientación del Partido. En este aspecto se produce un fenómeno interesante: a través de la observación participante en las rutinas diarias de los medios, se ha constatado que muchos periodistas hablan de una cierta desmotivación hacia la profesión, sobre todo por cuestiones salariales y en otros casos sociales. Sin embargo, en las entrevistas fueron realmente muy pocos los casos en que los periodistas expresaran sentir verdadera desmotivación hacia el trabajo que realizan. Además, con la observación pudo determinarse que los periodistas realizan su labor con un elevado sentido de pertenencia, a pesar de las dificultades que a veces pudieran presentarse.

Por otra parte, en esta investigación se trabajaron dos variables demográficas que otros investigadores (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013) consideraron importantes: la militancia política y el tiempo de trabajo. El primero de ellos, en el caso de la presente investigación, no arrojó contrastes significativos. En el caso de la encuesta, el 88,24% de los sujetos en el periódico pertenecían a alguna organización política, al igual que en la radio (77,78%) y la televisión (66,67%). Sin embargo, las respuestas ofrecidas, tanto en las entrevistas como en la encuesta, no presentaron diferencias.

En tanto, el tiempo de trabajo en el medio ha sido considerada como una variable demográfica importante en las relaciones interpersonales de los periodistas, y el

desarrollo de las rutinas productivas. Se ha señalado la existencia de una ruptura generacional, provocada por el traslado hacia otros medios de comunicación, la dinámica de jubilación al interior de los órganos de prensa, y otros factores como la cantidad de plazas disponibles para las ubicaciones laborales (Gallego y Rosabal, 2013). Esto ha conllevado a que en los medios exista una generación que solo lleva de uno a 10 años de trabajo y otra con más de 21 años ejerciendo la labor, criterio constatado a través de las encuestas.

### **La agenda de los periodistas**

Cuando se realizaron las encuestas para el presente estudio pudimos observar que los periodistas incluidos en la muestra presentaban dificultades para definir los asuntos más importantes para la provincia, porque decían tener las agendas mediática, política y pública tan cercanas y confluyendo en un espacio determinado. Esta particularidad nos llevó a plantear la existencia de una agenda periodística, que ubicamos entre las mediaciones individuales por el alto grado de responsabilidad que tienen los periodistas en el contenido mediático. Por ello incluimos en la encuesta una interrogante para conocer cuáles eran los temas más importantes para los profesionales de la prensa. Luego evaluamos cuán similares resultaban estas prioridades temáticas con las presentadas por su medio de comunicación- en materia de objetos -.

La agenda mediática de la emisora CMKC tuvo una correlación muy baja (0,067) con la agenda de los periodistas en cuanto a los temas más priorizados. Un resultado similar se obtuvo en la correlación de la agenda de los periodistas con la del público (0,019); por último, la correlación con la agenda política fue baja (0,239), que numéricamente es la más alta de las tres. Esto indica que los periodistas de la radio mantienen más relación con las agendas política y mediática que con la agenda pública, aunque la diferenciación entre estas últimas es mínima.

En el caso del periódico, la correlación entre la agenda del medio y la de los periodistas fue nula (-0,089), al igual que entre esta última y la agenda pública (-0,607); a diferencia de la relación de la agenda de los periodistas con la agenda política, que fue muy baja (0,102). Por último, en la televisión la agenda de los periodistas tuvo una correlación muy baja (0,140) con la agenda del telecentro Tele Turquino, resultado



similar al obtenido de la primera con la agenda pública (-0,401), que indica una relación nula; y muy baja de la agenda política y las prioridades de los periodistas (0,196). En este caso, esta última agenda se acerca más a los intereses del medio y de la agenda política, que a los del público. A modo de resumen puede decirse que la agenda de los periodistas es una lista intermedia entre la agenda política y la de los medios, y aun cuando tiene relación con los intereses del público, son más aquellos hacia las otras dos. En ese sentido, habría que comenzar acercando las prioridades de los consumidores de los órganos de prensa a los temas que los periodistas consideran como más importantes.

### **Procedimientos de los medios**

#### *Conocimiento de la Política Informativa y Editorial*

La Política Editorial e Informativa definen de manera particular la intencionalidad y enfoque del órgano, de acuerdo con la política trazada por la institución u organización rectora (el Partido en el caso cubano) y los principios y valores en que se basan sus funciones y relación con las demás entidades y la opinión pública. Se pudo constatar a través de los instrumentos que la Política Informativa es concebida mayormente de forma verticalista, ajena al ejercicio cotidiano de la planeación temática que debe ocurrir en los medios de comunicación, elemento que puede influir en su correcta ejecución. Sin embargo, aunque puede verse una imbricación de ambos conceptos, los periodistas ven la labor de la prensa cubana estrechamente ligada al papel del Partido, y el resultado periodístico que se publica en los medios, como el fruto de esa planificación que se hace desde las máximas esferas de dirección hasta la base. Otro motivo por el cual la comprensión de los términos se torna difusa es la inexistencia de un documento que recoja las características de ambos. En este sentido se hace necesaria la recopilación de estas normativas en un soporte único, que sirva para aclarar las dudas existentes, y regular de manera más efectiva el trabajo de la prensa.

La mayoría de los periodistas encuestados y/o entrevistados no consideran que su participación en la Política Editorial del medio sea activa, porque se privilegian temas superiores en detrimento de aquellos que son de interés público. Sin embargo, la entrega de las propuestas temáticas es una asignatura pendiente en el funcionamiento interno de los medios de comunicación santiagueros.

Por otra parte, la correcta implementación de la Política Informativa y Editorial en los medios está dada por una gestión eficaz de los recursos humanos por parte de los directivos. Este factor está estrechamente ligado al aprovechamiento de espacios como el Consejo Editorial, en cual deberían debatirse tópicos relacionados con la actividad periodística. Puede decirse que ante el desconocimiento existente de ambas políticas, la oportunidad por excelencia para verter criterios sobre estas dificultades de la profesión, se convierte en un matutino más, sin que se aborden con profundidad temas importantes.

### **Limitaciones y autolimitaciones en el trabajo periodístico**

Muchos profesionales entrevistados aludieron a tres tipos de limitantes que frenan de cierto modo la labor en los medios: la primera es de carácter material. Por ejemplo, en la radio afecta notablemente la carencia de transporte para ir a las coberturas y la cantidad limitada de computadoras y grabadoras. En la televisión existen pocas cámaras, e insuficientes cubículos de edición y computadoras. El periódico ofrece a los periodistas excelentes condiciones de trabajo, sin embargo algunos profesionales también carecen de grabadoras y cámaras fotográficas. Estos elementos pudieron constatarse además a través de la encuesta, en la cual un 94,12% de los periodistas que del Sierra Maestra afirmó que las condiciones materiales para realizar el trabajo son regulares o malas, resultado similar al obtenido en la radio (91,67%) y en la televisión (100,00%).

Otra limitante es la que se pudiera establecer -o no- desde el punto de vista temático. Para muchos periodistas no hay limitaciones, pues en general existen pocos temas tabú y no hay un veto oficial para realizar un determinado trabajo. En este sentido quienes dirigen sugieren -casi siempre- tratar con cuidado algunos asuntos -sobre todo aquellos que tienen que ver con conquistas de la Revolución-.

Por otra parte, la última limitación que enfrenta el periodista es él mismo: aún falta la capacidad para afrontar determinados temas, abordarlos, darlos a conocer con creatividad. El trasfondo de este fenómeno es muchas veces la incapacidad de los propios periodistas para defender a ultranza lo que escriben, quizás precisamente por la propia falta de preparación; otras veces es la concepción que se tiene del Partido como

fiscalizador del trabajo periodístico, y otras por la transmisión de criterios y rutinas de una generación a otra.

### **Nivel organizacional**

Los periodistas entrevistados en el periódico Sierra Maestra no alegaron elementos negativos que –desde el punto de vista organizacional- influyesen en la construcción de la agenda. Esta particularidad se comprobó también a partir de la encuesta, en la cual el 94,12% de los sujetos señaló que la comunicación con el directivo de su medio era buena, y que la capacitación de este para ejercer su trabajo resultaba satisfactoria (52,94%), aunque en este punto los criterios estuvieron divididos, pues un 47,06% no lo consideró así.

En el telecentro provincial los periodistas señalaron que si bien el medio ha tenido una marcada inestabilidad respecto a la dirección de los periodistas, en el momento de realizada la entrevista no consideraban que esta relación con los superiores fuese insatisfactoria. Sin embargo, esta particularidad no se ha mantenido constante en el tiempo, pues depende de la persona que esté al frente del equipo de reporteros. En ese sentido, el 44,44% de los periodistas manifestó en la encuesta que sus directivos no estaban capacitados para dirigir el medio, aunque la comunicación con estos es buena (77,78%).

En las emisoras los periodistas entrevistados explicaron que se realizan encuentros periódicos con la dirección del medio, por lo que existe una buena comunicación, tal como expresó el 66,67% de los encuestados. Sin embargo, luego de la revisión de los criterios pudimos observar algunos elementos importantes: las condiciones organizacionales en este medio varían de acuerdo a la emisora en cuestión, y la radio tiene como fortaleza la realización de talleres creativos que solucionan en gran medida el aspecto de la comunicación entre directivos y periodistas.

Por último, muchos entrevistados explicaron que el mayor problema con los directivos en cuanto a la comunicación era precisamente la disposición de tener que “acatar” las coberturas que orientan, y la dificultad que existe en cuanto a la capacidad de decidir qué es verdaderamente importante para el medio. Sin embargo, este criterio, que

pudimos apreciar en algunas entrevistas, no se comportó de forma similar en todos los casos.

### **Relación con instituciones sociales**

#### *Relación con el Partido Comunista de Cuba*

Para los periodistas entrevistados resultan innegables las ventajas del papel orientador del Partido sobre los medios de comunicación en el cumplimiento de la Política Informativa. Las primeras se centran en torno a la ampliación de las posibilidades desde el punto de vista práctico y la orientación temática acertada. Con el trabajo mancomunado entre los órganos de prensa y el Partido, este último informa a los medios de los principales hechos noticiosos por ocurrir en el territorio; y así se avanza notablemente en materia de coberturas.

Para muchos las líneas del Partido están en consonancia los intereses de los periodistas- porque trabajan directamente con la opinión de la población-, aunque los planes temáticos pudieran enriquecerse con la propuesta de estos. Sin embargo, todos exponen que las coberturas de actos político-militares y asambleas de balance, están obsoletas, porque esas actividades no dan mucho trigo y a veces cansan a la audiencia. Es importante señalar que aunque se oriente la asistencia de un periodista a una determinada reunión o recorrido, este no está obligado a publicar la información; pues son el director del órgano de prensa y el mismo periodista quienes deciden cuán oportuna es la divulgación de dicho trabajo.

Por último, cabe precisar que la comunicación entre los funcionarios del Partido y los directivos de los medios es efectiva, periódica, y existe una adecuada retroalimentación. Además el Primer Secretario en la provincia se reúne una vez al mes con los periodistas para intercambiar experiencias, lo que permite un mayor acercamiento entre ambos. Esto se confirmó a través de las encuestas, en las cuales el 70,59% de los periodistas del periódico y el 47,22% de los que laboran en la radio, afirman que la comunicación entre el Partido provincial y los medios es buena; aunque, en la televisión el 55,56% de los sujetos indicó que no era así. Esta tendencia se manifiesta de forma similar en el caso del acompañamiento brindado por el Partido a los periodistas, acerca del cual un 58,82% de los encuestados en el periódico y un 52,78% en la radio dijeron que era

bueno; a diferencia de un 55,56% de los sujetos que expresaron que en la televisión no ocurría de esa forma.

Sin embargo, los periodistas señalaron que existe cierta frialdad en la aplicación de la Política Informativa, algo que contrasta notablemente con el retiro del envío de planes temáticos a los medios de comunicación, dotando a periodistas y directivos de mayor libertad para decidir qué se publica. En ese sentido, algunos entrevistados reconocieron que de cierta manera se han acostumbrado a que les provean los temas a cubrir, y eso ha mecanizado el trabajo en los medios –donde ya existía una rutina que lastraba en varias ocasiones la calidad de las publicaciones-. Estos resultados coinciden con los obtenidos en otras provincias cubanas (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013) que explican cómo el papel del Partido es usualmente visto desde diferentes aristas, e incluso restaría conciliar algunos criterios al respecto en la provincia.

### **Relación de los periodistas con las fuentes de información**

En este estudio se ha comprobado que la mayor parte de los temas que publican los medios de comunicación no provienen directamente del Partido, sino de las instituciones como fuentes de información. Sin embargo, como se pudo constatar en las entrevistas, el papel de estas se encuentra solapado, teniendo en cuenta el propio mecanismo de funcionamiento de la agenda política en la provincia (Muñiz y Fonseca, 2015).

El 76,47% de los sujetos encuestados en el periódico señaló que siempre utiliza como fuente a las instituciones estatales, seguida de un 47,06% que afirma emplear el criterio del pueblo- lo que se contradice con las correlaciones aquí mostradas-. Por ello, en el análisis de contenido el 48,7% de las fuentes empleadas eran precisamente las institucionales, seguidas de las personales (el público), con un 15,8%. En la radio sucede a la inversa, pues el 55,56% de los periodistas afirma utilizar como fuente al pueblo santiaguero, y el 50,00% a las instituciones estatales. Sin embargo, en el análisis de contenido el 52,5% de las fuentes utilizadas eran estatales, y solo un 12,4% personales. Por último, en el caso del telecentro el 66,67% de los periodistas señaló que siempre utiliza como fuentes los organismos del Estado, y que a veces recurre a la población o Internet (55,56% respectivamente).

Cabe señalar que al igual que ocurre con la formación de la agenda pública, en la agenda de un periodista o un medio incide muchas fuentes informativas, cuyo empleo puede variar en dependencia del interés personal del periodista, o del medio en sentido general. En las entrevistas realizadas se pudo determinar que el uso de las fuentes de información institucionales se debe principalmente a la búsqueda de confiabilidad de los datos, la especialización de la fuente- condicionada por el elemento anterior- y el nivel jerárquico que esta ocupa. En este aspecto, cabe destacar que algunos valoran el uso de una fuente determinada atendiendo a los hechos abordados.

### **Relación de los periodistas con el público**

Las correlaciones obtenidas entre las agendas mediáticas de la provincia Santiago de Cuba y la agenda pública revelan que no existe transferencia temática de la primera hacia la segunda, elemento que se ha demostrado en otros estudios (Quiala, 2015). Aún así, los periodistas consideran que su relación con el público es buena o regular, a pesar de los deficientes mecanismos de retroalimentación existentes en los medios del territorio. Si el control temático sobre la agenda del medio recae básicamente en la orientación de fuentes institucionales y el Partido, al periodista le queda un margen para proponer temas que interesen a la agenda pública; y realmente lo aprovecha. Entonces, la principal dificultad radica en que la cantidad de trabajos de una u otra fuente se expresan a razón de dos a 10: por cada dos productos comunicativos relacionados con temas de alto interés público (el abastecimiento del agua, la calidad del transporte, la gastronomía y el expendio de alimentos), se publican 10 relacionados con actividades institucionales como eventos, reuniones, actos, que no suelen ser aceptados por la mayoría de los receptores.

Sobre este tema algunos autores (Boczkowski y Mitchelstein, 2015) explican que la disonancia temática entre las agendas mediática y pública es un fenómeno natural, producido principalmente por las diferencias en el interés sobre el contenido, y las formas narrativas de presentarlo. Por ello es necesario comprender el proceso productivo desde la descontextualización del hecho hasta su re inserción en el mismo contexto (probablemente enriquecido con otros elementos) a partir de la subjetividad del periodista. Sin embargo, el mayor reto que enfrentan los periodistas y los medios en sentido general es socializar un trabajo sobre un tema que ya las personas están

experimentando por sí mismas, por lo que no necesitan la constante orientación mediática; y que esta orientación ya no proviene de un único canal informativo, sino de otros mucho más actualizados y dinámicos como las redes sociales.

### **Sistema social**

En este sentido, se pudo constatar a través de las entrevistas que tanto periodistas y directivos, como muchos funcionarios del Partido que rectoran su labor están permeados por aquellas ideas de que somos un país constantemente amenazado por condicionantes externas, que se corresponden con lo obtenido por Gallego y Rosabal (2013). Este fenómeno, al que García (2013) denominó como síndrome de plaza sitiada, puede haberse reforzado en cierta medida tras la reanudación de las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y Cuba, a decir de los periodistas entrevistados. Es por ello que las más recientes regulaciones para el trabajo de la prensa nacional, explicitan que las fuentes de información deben brindar los datos que el profesional de los medios necesite; porque justamente los funcionarios poseen también esa idea constante de que *“la información es clasificada”*. También es preciso acotar que en los medios de prensa provinciales santiagueros, esta mentalidad se ha ido erradicando, en lo cual ha incidido la presencia de un dirigente como Lázaro Expósito, quien ha dado alas para abordar y criticar cualquier asunto, sin que por ello deban alarmarse los propios funcionarios.

Por otra parte estamos ante un sistema mediático que se encuentra en gran medida centralizado por directrices concretas que regulan el trabajo periodístico (Política Informativa, Cartas de Estilo), y que determinan que el proceso de construcción de la agenda sea estandarizado.

### **Conclusiones**

Luego de analizados los datos del presente trabajo podemos concluir que el proceso de construcción de la agenda mediática está influenciado por condicionantes internas y externas al órgano de prensa, que determinan en gran medida su complejidad como fenómeno. Los resultados concuerdan parcialmente con los obtenidos en condiciones similares a nivel nacional y territorial, lo que revela que las mediaciones presentan

características similares, no solo desde el punto de vista geográfico, sino desde las particularidades de cada medio de comunicación. De igual forma, se transmiten generacionalmente, lo que garantiza de cierta manera su permanencia temporal.

Los niveles de mediación aquí descritos están transversalizados por categorías más generales como el tipo de tema estudiado (experiencial), las características del sistema mediático cubano, las etapas del proceso de producción noticiosa y cómo los periodistas intervienen en cada una.

### Referencias bibliográficas

1. Berganza, M. R., Arcila C., Pascual, R. (2016). La negatividad en las informaciones políticas de los medios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 160- 178.
2. Casermeiro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Educa.
3. Cervantes, C. (2001). La Sociología de las Noticias y el enfoque Agenda-Setting. *Convergencia Enero-abril*, 24, 49-65.
4. Cervantes, C. (2015). Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa. Propuesta metodológica para su estudio. *Comunicación y Sociedad*, 28, 49-81.
5. Colunga, M. (2011). *Mediaciones sobre el contenido de los medios que inciden en la relación entre la agenda mediática del periódico Adelante y la agenda pública de sus lectores potenciales* (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Camagüey, Cuba.
6. Esteban, O. (2014). *Análisis de la profesión periodística: compromiso ético y profesional con la información y su público: un estudio del área local en medios de comunicación de la Comunidad de Madrid (2006-2013)*. (Tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
7. Gallego, J. R., y Rosabal, A. (2013). Las cartas sobre la mesa: Un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: caso Granma. *Signo y Pensamiento*, 32(62), 98-113.



8. Gans, H. (1979). *Deciding what's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time (Visions of the American Press)*. New York: Pantheon Books.
9. García, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente.
10. Goelzhauser, G. & Vouvalis N. (2015) Amicus Coalition Heterogeneity and Signaling Credibility in Supreme Court Agenda Setting. *Publius*, 45(1), 99-116.
11. McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Paidós.
12. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda setting research: twenty five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43(2), 58-67.
13. McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36, 176-187.
14. Mellado, C., Moreira, S. V., Lagos, C., & Hernández, M. E. (2012). Comparing journalism cultures in Latin America The case of Chile, Brazil and Mexico. *International Communication Gazette*, 74(1), 60-77.
15. Muñiz, V. & Fonseca, R. Á. (2015). Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba. *Signo y Pensamiento* 34(67), 76-92.
16. Orozco, G., & Gómez, G. O. (2010). *Lo viejo y lo nuevo* (Vol. 12). España: Ediciones de la Torre.
17. Puente, S., Edwards, C., & Delpiano, M. O. (2014). Modelamiento de los aspectos intervinientes en el proceso de pauta periodística. *Palabra Clave*, 17(1), 186-208.
18. Quiala, H. (2015). *Del hecho a la noticia. Relación que se establece entre la agenda mediática de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba y*

- la agenda pública del territorio durante el año 2014.* (Tesis de licenciatura). Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba.
19. Shoemaker, P. & Reese, S. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389-410.
20. Vara, A. (2001). *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building.* (Tesis de doctorado). Universidad de Navarra, España.
21. Vargas, F. (2014). Analysis of the International Cooperation Public Policy of Medellin. *Analecta política* 4(6), 115-132.